

BG

BG

BG



КОМИСИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Брюксел, 8.5.2008 г
СОМ(2008) 245 окончателен

**ДОКЛАД НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, ДО СЪВЕТА,
ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ И ДО
КОМИТЕТА НА РЕГИОНИТЕ**

**Доклад за окончателна оценка на прилагането на програмите МЕДИА плюс и
МЕДИА-обучение (2001—2006 г.) и на резултатите от тях**

ДОКЛАД НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ, ДО СЪВЕТА, ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ИКОНОМИЧЕСКИ И СОЦИАЛЕН КОМИТЕТ И ДО КОМИТЕТА НА РЕГИОНИТЕ

Доклад за окончателна оценка на прилагането на програмите МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение (2001—2006 г.) и на резултатите от тях

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Програмите МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение бяха създадени с две решения:

- — Решение 2000/821/ЕО на Съвета от 20 декември 2000 г. относно изпълнението на програма за стимулиране на развитието, разпространението и подпомагането на европейските аудиовизуални творби (МЕДИА плюс — разработване, разпространение и подпомагане);
- — Решение № 163/2001/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 19 януари 2001 г. относно прилагането на програма за обучение на лицата, работещи професионално в европейската индустрия за създаване на аудиовизуални програми (МЕДИА-обучение).

Периодът, обхванат от МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение, беше определен първоначално за 2001—2005 г. За да бъде обаче съобразено времетраенето на програмите МЕДИА с одобрения бюджет, периодът беше продължен до 31 декември 2006 г.¹

МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение са продължение на МЕДИА II (1966—2000 г.) и на МЕДИА I (1991—1995 г.). Тяхната обща цел беше структурното подобряване на конкурентоспособността на европейската аудиовизуална индустрия. Целите на МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение бяха да се засили конкурентоспособността на европейската аудиовизуална индустрия, да се постигне ново равновесие между пазарите и да се насърчи движението на творбите извън техните страни на произход.

През разглеждания периода десет нови държави-членки се присъединиха към Европейския съюз на 1 май 2004 г., други присъединяващи се страни бяха включени в програмите. МЕДИА 2007² стана приемник на МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение на 1 януари 2007 г.

През 2003 г. МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение бяха обект на междинна оценка, чиито резултати бяха съобщени от Комисията в нейния доклад от 24 ноември 2003 г.³ В съответствие с препоръките на тази оценка и за да се вземе предвид развитието на

¹ Решения 845/2004/ЕО и 846/2004/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 29 април 2004 г. — ОВ L 195, 2.6.2004 г.

² Решение 1718/2006/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 15 ноември 2006 г. за прилагане на програма за подпомагане на европейския аудиовизуален сектор (МЕДИА 2007) — ОВ L 327, 24.11.2006 г.

³ COM(2003) 725 окончателен

потребностите на професионалистите и измененията на пазара, бяха извършени някои корекции, които не налагаха промяна на правната основа.

Целта на настоящия доклад е да направи оценка на резултатите от програмите МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение в съответствие с член 12, параграф 3 от Решение 2000/821/ЕО и с член 9, параграф 4 от Решение 163/2001/ЕО. Той обхваща периода от 1 януари 2001 г. до 31 декември 2006 г. и се основава на заключенията на междинната⁴ и окончателната оценка на програмите МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение⁵.

2. КОНЮНКТУРНИ И СТРУКТУРНИ ПРОБЛЕМИ

2.1. Конюнктурни предизвикателства

Следва да се напомни, че МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение се прилагаха при икономически условия, даващи основание за загриженост. През оценявания период най-голямото предизвикателство за програмата беше влизането на десет нови държави-членки. Това разширяване подчерта различията на европейския пазар. Възможностите за инвестиции и държавните помощи са много по-малки в тези страни, отколкото в останалата част на Европа.

Друго голямо предизвикателство е бързото развитие на новите технологии, особено на цифровите. В този сектор положението с европейското разпространение на филми става обезпокоително. Съществуват цифрови копия на филми, но европейските филми присъстват много малко в центровете за цифрово разпространение.

2.2. Структурни проблеми

2.2.1. Разширен вътрешен пазар, чието функциониране остава несъвършено

Европейският аудиовизуален пазар се характеризира с много голяма фрагментация. Фрагментацията е свързана по-специално с езиковото и културното многообразие на различните държави. Това многообразие е без съмнение източник на независимост и на културно богатство, но то спъва разпространението на творбите извън държавата, в която са били създадени, и пречи на европейската индустрия да спечели дялове от пазара. Фрагментацията води в частност до:

- структурни затруднения при трансграничното движение на творбите; недостатъчното разпространение на европейските творби извън държавата, в която са били създадени, представлява основният симптом на структурните затруднения, срещани от европейския аудиовизуален сектор;

⁴ Втора междинна оценка на програмата МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение (2003—2005 г.) — договор № 30-ЕО-0041001/00-07

⁵ Крайна оценка на програмите МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение (2001—2006 г.) — договор 30-ЕО-0096653/00

- разделение между страните с малък производствен капацитет и/или ограничена езикова и географска площ⁶ и страните, чийто производствен капацитет е по-висок⁷.
- по-малко конкурентоспособен сектор на разпространението.

Секторът на производството остава също много фрагментиран. Той обхваща голям брой малки, слабо интегрирани структури, чието оцеляване е винаги несигурно.

2.2.2. *Индустрия, която не може все още да преодолее своите затруднения*

Недостатъчното обучение на европейските професионалисти от аудиовизуалния сектор поражда липса на предприемаческа стратегия в европейски мащаб, която впрочем е решаваща за въвеждането на новите технологии.

Преди етапа на производството европейската аудиовизуална индустрия отделя твърде малко средства за разработване на проекти (съставяне, финансов пакет и изготвяне на маркетинг план). Този етап обаче е от първостепенно значение за качеството и износния потенциал на творбите.

След етапа на производството секторът на разпространението остава фрагментиран по национални признаци. Така той става по-малко конкурентоспособен както на световния, така и на европейския пазар.

3. РЕЗУЛТАТИ ОТ ОЦЕНКАТА НА МЕДИА ПЛЮС И МЕДИА-ОБУЧЕНИЕ ЗА ПЕРИОДА 2001—2006 Г.

3.1. Общи заключения за периода 2001—2006 г.

- (1) Програмата остава като цяло целесъобразна през разглеждания период, благодарение на добрата първоначална диагностика и подновената процедура. Областите, в които професионалистите не са напълно удовлетворени, са свързани с малка част от бюджета и с потребности, които все още бяха в процес на определяне.
- (2) Констатираните несъответствия между административните (подбор, договаряне, плащане) и икономическите темпове на аудиовизуалния сектор внасят отново напрежение и потенциални рискове за предприятията⁸. Цената на достъпа, често висока за МСП, остава все пак поносима за бенефициерите.
- (3) Основните механизми на МЕДИА допринасят ефективно за повишаване на компетентността (обучение), за развитие на европейското измерение на творбите

⁶ Австрия, Белгия, Дания, Финландия, Гърция, Ирландия, Исландия, Лихтенщайн, Люксембург, Норвегия, Нидерландия, Португалия и Швеция. Новоприсъединилите се страни са: България, Кипър, Естония, Унгария, Латвия, Литва, Малта, Полша, Чешката република, Словакия и Словения.

⁷ Германия, Франция, Италия, Испания и Обединеното кралство.

⁸ Трябва да се отбележи, че оттогава създаването на изпълнителната агенция на 1.1.2006 г. даде възможност за по-ефикасно управление на проектите и по-специално за намаляване на сроковете за плащане.

още от етапа, предхождащ самото продуциране (развитие), за по-добрата конкурентоспособност на сектора (по-специално на разпространението, чрез намаляване на рисковете и увеличаване на финансовите възможности на бенефициерите) и за транснационалното разпространение на творбите (разпространение и промоция).

- (4) Нематериалните резултати от МЕДИА (повишаване на компетентността, запознаване с пазара, изграждане на мрежи) оказват трайно и структуриращо въздействие върху сектора като цяло.
- (5) Влиянието на програмата върху финансирането на творбите и транснационалното разпространение зависи пряко от продължаването на европейското финансиране.

3.2. Насоки на действие, засилващи ефикасно конкурентоспособността на европейския аудиовизуален сектор

- (1) МЕДИА **обучение** допринася реално за повишаване на компетентността в европейския аудиовизуален сектор. Тя допринася също така за изграждането на мрежи, способни да насърчават конкурентоспособността на сектора в дългосрочен план.
- (2) МЕДИА **развитие** дава възможност на независимите продуценти да повишават своята конкурентоспособност на европейския пазар и да насърчават международното разпространение на творбите си. Приносите на МЕДИА са многобройни: по-добро разработване на проектите, подобряване на финансовите планове, ограничаване на финансовите рискове, засилване на инвестициите за разработване на творбите, принос с европейско измерение за подпомаганите творби и за целия сектор.
- (3) МЕДИА **разпространение** засилва финансовите възможности на разпространителите и ограничава рисковете, свързани с инвестициите. Това води до голям и нарастващ дял на европейски филми от друга националност и допринася за тяхното разпространение.
- (4) МЕДИА **промоция** подпомага успешно търговските мероприятия и фестивалите. Това допринася за засилване на контактите и за изграждането на мрежи между професионалистите на европейския аудиовизуален сектор.
- (5) МЕДИА засилва промоцията и представянето на европейските филми пред професионалистите и широката публика, като подпомага силното им присъствие на **фестивалите**.

3.3. Механизми за възстановяване на равновесието на пазарите, допринасящи за интегрирането на новите държави-членки

За да въведе свой механизъм за интегриране на новите държави-членки, програмата МЕДИА се основава на съществуващата вече концепция за „страни с малък производствен капацитет или с ограничена езикова и/или географска площ“. Механизмите за възстановяване на равновесието на пазарите са характерна особеност на програмата МЕДИА.

- (1) Критериите за подбор улесниха достъпа до програмата на проекти от „страните с малък производствен капацитет“ и по-специално от новите държави-членки, като по този начин МЕДИА успя бързо да създаде благоприятни условия за участието на професионалистите от тези държави.
- (2) Програмата МЕДИА дава възможност на страните „с малък производствен капацитет“ да получат достъп до дял от финансирането, който е по-голям от относителния им пазарен дял.
- (3) МЕДИА по всяка вероятност е допринесла за постоянния ръст на предлагането на филми от друга националност, наблюдаван в новите държави-членки след влизането им в програмата. Това става за сметка на дела на американските филми (най-често преобладаващи), а не за сметка на местните филми.
- (4) Критериите за положителна дискриминация, стимулираща професионалистите от най-големите страни производителки да се сдружават с партньори от новите държави-членки, реално оказаха благотворно влияние върху по-доброто интегриране на тези актьори и техните творби в европейските мрежи и вериги за разпространение.

3.4. Ефикасна мрежа Бюра МЕДИА, чийто потенциал може да продължи да се развива

Децентрализираният механизъм на МЕДИА изглежда ефикасен инструмент за по-добро запознаване с програмата и подпомагане на професионалистите; тяхната реална ефективност изглежда до голяма степен зависима от отговорните лица.

- (1) Мрежата Бюра МЕДИА има двойната роля на информационен център за професионалистите и за подпомагане на бенефициерите. Преобладаващата функция е различна при различните звена, като най-старите от тях поставят обикновено ударението върху подпомагането.
- (2) Звената от Бюра МЕДИА могат да повлияят съществено върху доброто използване на МЕДИА в „страните с малък производствен капацитет“ и по-специално в новите държави-членки, благодарение на провежданата педагогическа работа.
- (3) Размерът на мрежата МЕДИА крие известен потенциал, по-специално в сферата на обмена на информация и на добри практики или на принос към трансграничния обмен. Поради липсата на по-добро структуриране на мрежата и на нейните инструменти обменът понастоящем остава до голяма степен двустранен.
- (4) Липсата на унифицирана система за количествени критерии за работата на бюрата и антените затруднява оценката на тяхната ефективност.

3.5. Трайни качествени резултати; други резултати остават зависими от МЕДИА

Най-очевидните трайни резултати от програмата имат качествен характер: повишаване на компетентността, укрепване на мрежите и на сътрудничеството, по-добро познаване на пазара, присъствие на международните пазари.

Други важни резултати, като увеличаването на транснационалното разпространение на творбите, обаче са все още силно зависими от европейските помощи. Всъщност спирането на помощите може да доведе до спиране на някои програми за обучение, до намалено транснационално разпространение на творбите и до по-малко инвестиции в творби, създадени в страни с малък производствен капацитет, където МЕДИА представлява основен източник за финансиране на творбите.

4. ПРЕПОРЪКИ И МЕРКИ ЗА МОНИТОРИНГ

4.1. Основни препоръки

4.1.1. Продължаване на усилията за пазарна ориентираност

Нужно е:

- (1) да се запази адаптивният капацитет на програмата и на начините за задоволяване на потребностите на сектора
- (2) да се осигурят средства за предвиждане на развитието на сектора (секторни проучвания, преки и редовни контакти с професионалистите, консултации с експерти)
- (3) да се разработи система от показатели за мониторинг на функционирането на програмата и за следене на пазара

4.1.2. Приспособяване на програмата към потребностите на лицата, които я използват

- (1) преосмисляне и опростяване на начините за достъп до програмата
- (2) приспособяване на начините за подпомагане към временните тенденции в сектора
- (3) съсредоточаване на човешките и организационните ресурси на МЕДИА върху подпомагането на бенефициерите и мониторинга на проектите

4.1.3. По-добро използване на потенциала на мрежата на бюра и антени МЕДИА

Нужно е:

- (1) да се разработи инструмент за измерване на резултатите
- (2) обезпечаване на Бюра и антени МЕДИА с ефикасни инструменти и средства

4.1.4. Преразглеждане на целите и правилата за прилагане на механизмите за възстановяване на равновесието на пазара, с оглед да се увеличи тяхната ефикасност и съобразеност с условията

Нужно е:

- (1) да се продължат досегашните усилия за възстановяване на равновесието на пазарите

- (2) да се задълбочи стратегическото обмисляне на целите, преследвани от политиката за възстановяване на равновесието на пазарите, както и на резултатите, които трябва да бъдат постигнати при приключване на програмата МЕДИА 2007
- (3) да се преразгледа географската скала (край на регионалната скала, нови категории държави), приложима за някои насоки на действие (избирателно разпространение, автоматично разпространение, по-специално агенция за продажби)

4.2. Основни мерки

4.2.1. Прилагани мерки

В отговор на оперативните препоръки вече бяха взети мерки след втората междинна оценка, по-специално във връзка с опростяването на някои процедури и включването на технологичния аспект в програмата като цяло. По този начин новата програма МЕДИА 2007 отчита напълно интегрирането на новите технологии и позволява да се предприемат конкретни действия за подпомагане на разпространението онлайн на европейски аудиовизуални творби и на цифровото прожектиране. Също така във всички насоки на действие са включени механизми за възстановяване на равновесието на пазарите.

В духа на приспособяването на инструмента към потребностите на ползващите го лица и на съсредоточаване на ресурсите върху подпомагането на бенефициерите и мониторинга на проектите, създаването на изпълнителната агенция доведе до конкретно подобряване, благодарение по-специално на по-ефикасното управление. По-специално бе отбелязан напредък в процедурата за подбор на проектите, управлението на договорите, сроковете на плащане и контактите с бенефициерите.

От друга страна, новите насоки, публикувани през 2007 г. за някои направления на програмата, опростяват вече някои правила за достъп до програмата съгласно новите насоки за действието „развитие“. Тези промени опростяват критериите за подбор на проектите и правят по-разбираеми документите (насоки и формуляр), улеснявайки по този начин достъпа на професионалистите до помощите за развитие.

Що се отнася до възможността за прогнозиране на процесите в сектора, към комисията МЕДИА бе създадена работна група, която да работи върху изготвянето на система от показатели.

За да се осигури още по-добро адаптиране на програмата към потребностите на пазара, в рамките на МЕДИА 2007 бяха предприети нови мерки:

- Предвид перспективата за сближаване на първоначалното обучение беше публикувана покана за представяне на предложения за „първоначално обучение“, имаща за цел да насърчи сътрудничеството между институтите по киноизкуство и други институции за висше образование, за да бъдат създадени възможности за обучение на младите европейски студенти.
- Цифровите технологии направиха европейските аудиовизуални творби по-леснодостъпни извън тяхната държава на произход, благодарение на нови средства за разпространение на аудиовизуално съдържание. Като се има

предвид, че конкурентоспособността на европейската аудиовизуална индустрия ще зависи до голяма степен от способността ѝ да се приспособява към новите технологии, по-специално на етапа на разпространението, беше създадена ново направление за действие за подпомагане на разпространението онлайн на европейски аудиовизуални творби. Направлението „видео по заявка и цифрово разпространение на филми“ има за цел да запази и увеличава европейското културно и езиково многообразие и неговото кинематографично и аудиовизуално наследство, да осигурява неговата достъпност за обществеността и да насърчава межкултурния диалог, да увеличава разпространението и популярността на творбите и да засилва конкурентоспособността на аудиовизуалния сектор в рамките на един отворен и конкурентен европейски пазар, благоприятстващ заетостта.

- Беше отправена специална покана за представяне на предложения, предназначена за разработването на интерактивни творби на носители онлайн или офлайн и приспособена към специфичните потребности на тази нова форма на творчество.
- Механизмите за подпомагане на разпространението бяха адаптирани, за да обхванат по-добре творбите със среден бюджет и висок търговски потенциал, които зависят повече от помощите по МЕДИА за своето транснационално разпространение, отколкото филмите с голям бюджет. Освен това делът на автоматичната помощ, установен въз основа на посещенията, беше увеличен за първите продадени билети, като се изхождаше от съображението, че те представляват по-голям разход за разпространителя при пускането на един филм на неговия национален пазар. Целта на тази реформа е да направи пазара по-динамичен и да насърчи поемането на търговски риск.

4.2.2. Мерки в процес на разработване

В Комисията се провежда обсъждане относно по-доброто използване на потенциала на мрежата Бюра и антени МЕДИА чрез създаване на по-ефикасни инструменти и средства, както и на една единствена точка за достъп до Интернет за всяка държава.

Във връзка с достъпа до финансиране и в допълнение на действието *i2i*, за да се отговори на нарасналите потребности на индустрията, се разработва механизъм, който може да упражни стимулиращ ефект върху достъпа на продуцентите до финансирането. Този механизъм ще даде възможност на продуцентите и разпространителите да получат по-добър достъп до частните капитали.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Междинните оценки и крайната оценка на програмите МЕДИА плюс и МЕДИА-обучение потвърждават положителните резултати от техните действия за европейския аудиовизуален сектор. Те потвърждават правилния избор на целите на програмата, както и ефикасността на предвидените в нея действия, за засилване на конкурентоспособността на сектора и насърчаване на културното многообразие. От друга страна, те потвърждават, че действието на Общността внася реална добавена стойност към националните помощи. Резултатите от МЕДИА са реални; те са освен

това устойчиви в редица случаи, по-специално що се отнася до засилването на конкурентоспособността.

Независимо от това някои от най-забележителните резултати от МЕДИА (като увеличаването на компетентността и международното разпространение на творбите) са все още силно зависими от европейските помощи. Освен това, данните от пазара показват, че европейският аудиовизуален сектор продължава да страда от традиционните си слабости, които са фрагментацията на пазара и слабото разпространение на европейските творби извън тяхната държава на произход.

Поради това е уместно това действие да бъде продължено, като бъде приспособено към развитието на потребностите на пазара. Това е основната цел на новата програма МЕДИА 2007, започнала на 1 януари 2007 г.